



HRVATSKO  
KATOLIČKO  
SVEUČILIŠTE  
ZAGREB  
UNIVERSITAS  
STUDIORUM  
CATHOLICA  
CROATICA  
ZAGREBIA

# Detaljni izvedbeni plan

|   |                             |
|---|-----------------------------|
| <b>Akademska godina:</b><br>2024/2025   | <b>Semestar:</b><br>Ljetni  |
| <b>Studiji:</b><br>Sestrinstvo (I) (izborni)<br>Komunikologija -<br>Interkulturalna<br>komunikacija i<br>novinarstvo (R) (izborni)<br>Povijest (R) (izborni)<br>Sestrinstvo (R) (izborni) | <b>Godina studija:</b><br>1 |

## I. OSNOVNI PODACI O KOLEGIJU

**Naziv kolegija:** Sociologija u marketinškoj praksi

**Kratice kolegija:** IZBD-112

**ECTS bodovi:** 5

**Šifra kolegija:** 186779

**Preduvjeti za upis kolegija:** Nema

*Ukupno opterećenje kolegija*

| Vrsta nastave | Ukupno sati |
|---------------|-------------|
|---------------|-------------|

|            |    |
|------------|----|
| Predavanje | 30 |
|------------|----|

|                  |    |
|------------------|----|
| Auditorna vježba | 30 |
|------------------|----|

**Mjesto i vrijeme održavanja nastave:** HKS – prema objavljenom rasporedu

## II. NASTAVNO OSOBLJE

*Nositelj kolegija*

**Ime i prezime:** Šešo Luka

**Akademski  
stupanj/naziv:**

**Izbor:** redoviti profesor

**Kontakt e-mail:**  
[luka.seso@unicath.hr](mailto:luka.seso@unicath.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

*Suradnici na kolegiju*

**Ime i prezime:** Pandža Kunčević Ana

**Akademski  
stupanj/naziv:**

**Izbor:** naslovni asistent

**Kontakt e-mail:**  
[ana.pandza@unicath.hr](mailto:ana.pandza@unicath.hr)

**Telefon:**

**Konzultacije:** Prema objavljenom rasporedu

|  |  |                           |
|--|--|---------------------------|
| <b>Ime i prezime:</b> Batarilo-Ćerdić Jasmina  |  |                           |
| <b>Akademski stupanj/naziv:</b>  | <b>Izbor:</b> naslovni asistent  |                           |
| <b>Kontakt e-mail:</b><br><a href="mailto:jasmina.globan@unicath.hr">jasmina.globan@unicath.hr</a> | <b>Telefon:</b>  |                           |
| <b>Konzultacije:</b> Prema objavljenom rasporedu   |  |                           |
| <b>III. DETALJNI PODACI O KOLEGIJU</b>   |  |                           |
| <b>Jezik na kojem se nastava održava:</b> Hrvatski   |  |                           |
| <b>Opis kolegija</b>   | Polaznici će steći temeljna znanja o suvremenim marketinškim konceptima te njihovoj primjeni u praksi. Cilj predmeta je omogućiti polaznicima usvajanje potrebnih znanja (teorijskih i praktičnih) za razumijevanje, postavke te realizaciju marketinških kampanji te važnosti socioloških teorija i metodologija za razumijevanje suvremenog poslovnog tržišta. |                           |
| <b>Očekivani ishodi učenja na razini kolegija</b>  | 1. Izdvojiti načela marketinške prakse. 2. Procijeniti nužnost socioekonomsko-marketinške integracije u svrhu uspješnoga poslovanja. 3. Povezati sociološku metodologiju s primjenom u marketinškoj praksi. 4. Osmisliti projekt upoznavanja proizvoda i tržišta. 5. Primijeniti etički prihvatljive marketinške kampanje za proizvod.                           |                           |
| <i>Literatura</i>  |  |                           |
| <b>Obavezna</b>  | Previšić, J., Oretić Došen, Đ. (2004), Marketing, Zagreb: Adverta<br>Martinović, M. (ur.) (2012), Marketing u Hrvatskoj, Zagreb: Mate<br>Kotler, Ph., Keller, K.L., Martinović, M., (2014) Upravljanje marketingom, Zagreb: Mate   |                           |
| <b>Dopunska</b>  | Fill, Chris. (2006). Marketing Communication: Engagement, Strategies and Practice, 4th edition, Prentice Hall  |                           |
| <i>Način ispitivanja i ocjenjivanja</i>  |  |                           |
| <b>Polaze se DA</b>  | <b>Isključivo kontinuirano praćenje nastave NE</b>   | <b>Ulazi u prosjek DA</b> |
| <b>Preduvjeti za dobivanje potpisa i polaganje završnog ispita</b>                                 | 1. Redovito pohađanje nastave (prisutnost na najmanje 70% nastave)<br>2. Stjecanje minimalno 35 bodova (od ukupno 100) tijekom nastave (kolokviji, izvještaji s vježbi, seminarski radovi)   |                           |

Način stjecanja bodova:

1. Nastavne aktivnosti – 70% ocjene
2. kolokviji – 50%
3. vježbe i seminari – 20%
4. Završni ispit – 30% ocjene

#### Način ocjenjivanja

Brojčana ljestvica ocjenjivanja studentskog rada:

- izvrstan (5) – 90 do 100% bodova  
vrlo dobar (4) – 80 do 89,9% bodova  
dobar (3) – 65 do 79,9% bodova  
dovoljan (2) – 50 do 64,9% bodova  
nedovoljan (1) – 0 do 49,9% bodova

#### Način polaganja ispita

1. Kontinuirano vrednovanje studentskog rada kroz nastavne aktivnosti (kolokviji, izvještaji s vježbi, seminarski radovi)
2. Završni pismeni ispit (minimum za prolaz na pismenom ispitu je 50% točne riješenosti)

#### Detaljan prikaz ocjenjivanja unutar Europskoga sustava za prijenos bodova

| VRSTA AKTIVNOSTI                     | ECTS bodovi -<br>koeficijent<br>opterećenja studenata | UDIO<br>OCJENE<br>(%) |
|--------------------------------------|---|-----------------------|
| Pohađanje nastave                    | 1.2   | 0                     |
| Kolokvij-međuispit                   | 0.85  | 25                    |
| Kolokvij-međuispit                   | 0.85  | 25                    |
| Seminarski rad                       | 0.6   | 20                    |
| Ukupno tijekom nastave               | 3.5   | 70                    |
| Završni ispit                        | 1.5   | 30                    |
| UKUPNO BODOVA<br>(nastava+zav.ispit) | 5   | 100                   |

## IV. TJEDNI PLAN NASTAVE

#### *Predavanja*

| # | Tema  |
|---|---|
| 1 | Uvodno predavanje   |
| 2 | Osnovni marketinški pojmovi                                   |
| 3 | Analiza i poslovno planiranje                                 |
| 4 | Marketinške komunikacije                                      |
| 5 | Marketinške agencije i društvene mreže                        |
| 6 | Digitalni marketing, PR i društveno odgovorno poslovanje      |
| 7 | Kolokvij  |
| 8 | Mjerenje učinkovitosti marketinških kampanja. Uvod u turizam. |
| 9 | Istraživanje turističkog tržišta. Turistički proizvod.        |

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 10                      | Komuniciranje s turističkim tržištem. Posebni oblici turizma. |
| 11                      | Brendiranje u turizmu. Marketing turističke destinacije.      |
| 12                      | Marketing u turizmu. Marketinški splet u turizmu.             |
| 13                      | Marketing usluga. Obilježja turističkog tržišta               |
| 14                      | Marketing u turizmu   |
| 15                      | Istraživanje tržišta  |
| 16                      | Komunikacija s turističkim tržištem, brendiranje u turizmu    |
| 17                      | Turizam u RH  |
| <i>Auditorne vježbe</i> |   |
| <b>#</b>                | <b>Tema</b>   |
| 1                       | Uvod u seminarski rad   |
| 2                       | Analiza slučaja 1   |
| 3                       | Analiza slučaja 2   |
| 4                       | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 5                       | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 6                       | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 7                       | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 8                       | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 9                       | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 10                      | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 11                      | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 12                      | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 13                      | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 14                      | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| 15                      | Izlaganje seminarskih radova                                  |
| <i>Vježbe</i>           |   |
| <b>#</b>                | <b>Tema</b>   |
| 1                       | Osnovni marketinški pojmovi                                   |
| 2                       | Marketinške komunikacije                                      |
| <i>Seminari</i>         |   |
| <b>#</b>                | <b>Tema</b>   |
| 1                       | Seminar 1   |
| 2                       | Seminar 2   |
| 3                       | Seminar 3   |
| 4                       | Seminar 4   |